

Semaine EDUCFI 2025 : 6 Français sur 10 en manque d'informations et de connaissances pour prendre des décisions financières éclairées – Banques et écoles en première ligne

Enquête SPAK/OpinionWay - Chiffres marquants

- *26% des Français ont déjà été victimes d'une arnaque financière*
- *59% manquent d'informations pour prendre des décisions d'épargne ou d'investissement éclairées*
- *30% jugent que leurs conseillers financiers ne remplissent pas leur mission*
- *64% des 18-24 ans réclament des cours de finance à l'école*
- *5% s'informent auprès d'influenceurs, plus du double chez les 18/24 ans*
- *Dans le couple, les femmes sont plus dépendantes de leur conjoint pour prendre des décisions en matière d'argent*

Paris, le 14 mars 2025 - **À l'occasion de la Semaine de l'éducation financière (17-23 mars 2025), placée sous le thème « Ne suis pas n'importe qui pour tes finances, privilégie la vigilance », SPAK publie son baromètre annuel sur l'éducation financière, les usages et les attentes de Français en matière d'information économiques et financière.**

Menée auprès de 1 001 Français, l'étude réalisée avec OpinionWay, confirme un taux d'arnaque financière élevé des Français majoritairement en manque d'informations pour prendre des décisions financières éclairées.

Une vulnérabilité accrue face aux arnaques causée par un manque de connaissances financières et d'accompagnement

L'enquête révèle que 26% des Français ont déjà subi une arnaque financière. Ce risque s'élève :

- à 35% chez les 18/24 ans, qui sont plus nombreux à s'informer via des influenceurs et les réseaux sociaux.
- à 36% chez les personnes dépourvus d'épargne de précaution – preuve criante du lien entre fragilité économique et exposition aux fraudes.

Cette vulnérabilité est aggravée par un manque de repères : 59% de la population reconnaît ne pas disposer des informations nécessaires pour prendre des décisions éclairées. Ce chiffre monte à 65% chez les femmes et 78% chez les revenus les plus modestes, une faille exploitée par les escrocs.

Le conseiller financier reste la source d'informations privilégiée mais 1/3 des Français font état d'attentes insatisfaites

Les Français s'appuient d'abord sur leur conseiller financier pour s'informer sur les questions économiques et les produits financiers mais 30% jugent sévèrement le rôle de ces professionnels, estimant qu'ils :

- n'apportent aucune explication
- n'aident pas à faire des bons choix
- ne permettent pas d'anticiper les risques ou les besoins.

Ce taux monte à 45% chez les revenus les plus modestes.

« 59% de Français en déficit d'information et 26% de la population arnaquée en 2025, ce n'est plus acceptable. Les professionnels du secteur, et notamment les conseillers, doivent être les premiers ambassadeurs de l'éducation et de la sécurité financière. Les sites et les applications bancaires, des vecteurs de formations et d'information pour faciliter une meilleure compréhension des enjeux économiques et des produits financiers. » propose **Anne-Claire Bennevault, fondatrice de SPAK.**

Éducation financière : une démarche individuelle et collective

Face à l'acquisition de connaissances économiques et financières, la majorité des Français (53%) prône une démarche individuelle ("c'est à chacun de s'informer"), tandis que 47% estiment que cette responsabilité incombe à l'école comme aux institutions financières.

L'étude démontre sur cet aspect un fort clivage générationnel : les 18-24 ans sont 64% à souhaiter l'intégration de la finance dans les programmes scolaires.

« Les 18/24 refusent de choisir entre contenus vérifiés et accessibilité. Ils attendent d'être éduqués financièrement dès l'école » analyse **Anne-Claire Bennevault.**

Conseillers bancaires vs réseaux sociaux : quand les générations redéfinissent leur rapport à l'information financière

Près de la moitié des Français (45%) sollicitent leur conseiller pour s'informer sur les produits financiers tandis qu'un quart (25%) demande conseil à l'entourage pour éclairer leurs décisions.

Pour les moins de 35 ans, et particulièrement les 18-24 ans, les canaux digitaux et les échanges avec l'entourage deviennent des relais privilégiés pour s'informer sur l'économie et la finance. Les réseaux sociaux (31%) et les influenceurs (13%) prennent une place plus grande comme sources d'informations chez les plus jeunes. C'est près du double de la moyenne nationale (9%) pour les réseaux sociaux quant aux influenceurs, ils séduisent seulement 5% de l'ensemble des Français.

« Concernant leur information économique et financière, les moins de 24 ans placent les réseaux sociaux au même niveau que les conseillers financiers. Cet écart souligne un changement profond des pratiques chez les nouvelles générations. » souligne **Anne-Claire Bennevault.**

« *Il est impératif que nous nous assurons collectivement de la qualité des contenus mis à la disposition de nos jeunes sur ces réseaux pour les prémunir des arnaques et de la désinformation notamment en matière de risques associés à certains investissements* »
conclue **Anne-Claire Bennevault**.

À propos de l'étude

Enquête réalisée en ligne (CAWI) du 25 février au 4 mars 2025 par OpinionWay pour SPAK selon la norme ISO 20252.

Échantillon : 1 001 personnes, représentatif de la population française (âge, sexe, CSP, région).

Résultats complets sur demande.

À propos de la plateforme d'éducation financière SPAK

Lancée en 2021, la plateforme d'éducation financière [SPAK](#) décrypte l'actualité économique et financière sur un ton décalé et accessible pour tous via son site et ses réseaux sociaux accessibles gratuitement et déjà lus par plus de 30 000 personnes. En parallèle, SPAK a conçu une offre destinée aux acteurs du secteur désireux de contribuer à l'éducation financière de leurs clients et de leurs collaborateurs : outils adaptés à l'apprentissage de l'économie et de la finance, contenus pour les non-initiés comme les personnes en quête de perfectionnement, formats en phase avec les nouveaux usages. En septembre 2024, SPAK a publié le "Manuel pour l'Éducation Financière", un guide destiné à toutes et tous pour acquérir les bases et comprendre les grandes questions économiques, renforçant ainsi son engagement envers l'éducation financière accessible.

À propos du Groupe OpinionWay

Fondé en 2000, pionnier de la digitalisation des études, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Reflète de notre engagement profond envers un avenir durable et responsable, nous sommes depuis janvier 2025 « Entreprise à mission » avec pour ambition de "*Conjuguer l'humain et l'innovation pour accompagner marques et organisations dans leurs prises de décisions vers un futur souhaitable*".

Une mission qui se traduit par trois objectifs statutaires essentiels : éclairer nos clients sur les enjeux de développement durable et sociétaux, cultiver les liens, l'agilité et l'enthousiasme au sein de notre entreprise, et questionner en continu la pertinence de nos approches.

Nous intervenons sur les cinq continents depuis nos implantations en France (Paris, Bordeaux), en [Afrique](#) (Casablanca, Abidjan), en [Europe de l'Est](#) (Varsovie), en Chine (Shanghai) et en Europe avec notre filiale pan-européenne [Polling Europe](#) (Bruxelles).

Membre actif d'Esomar, nous sommes certifiés ISO 20252 depuis 2009 par l'AFNOR, avec pour vocation de mieux satisfaire nos clients et de faire progresser nos collaborateurs.

Contact presse :

Benjamin Sasu

Directeur des relations publiques

spak@bnvlt.com